

BINA NUSANTARA UNIVERSITY

*Faculty of Economics and Communications Department of Communication
Marketing Thesis Bachelor of Communication Studies
Semester even 2014/2015*

**PEGIPEGI.COM PUBLIC RELATIONS STRATEGY ON THE
INCREASING OF BRAND AWARENESS
(Studies on Social Media Facebook Pegipegi.com)**

Genevie Gita Kurniawan 1501164561

Class LF51

ABSTRACT

RESEARCH GOAL is to find a social media strategy that is used by Pegipegi.com in building brand awareness . Focused on Facebook Pegipegi.com .

METHODS made is using a qualitative approach , by doing observation and interview participants either directly by external parties and internal parties .

ANALYSIS of the data used is the reduction technique is to record the important results of the research . ***RESULTS OBTAINED*** is there are some major points in the strategy presented by social media Pegipegi.com is a mainstay for the delivery of information through social media . ***CONCLUSION*** of this research is that there are six main points in branding through social media as proposed by Faux , it is very influential on audience response.(GGK)

Keywords : Brand Awareness , Strategy , Social Media , Public Relations

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Jurusan Komunikasi

Pemasaran Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester Genap 2014/2015

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PEGIPEGI.COM DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

(Studi pada Sosial Media Facebook Pegipegi.com)

Genevie Gita Kurniawan 1501164561

Kelas LF51

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN ini untuk mengetahui strategi media sosial yang digunakan oleh Pegipegi.com dalam membangun *brand awareness*. Terfokus dengan Facebook Pegipegi.com. **METODE PENELITIAN** yang dilakukan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif, dengan melakukan obeservasi partisipan dan wawancara secara langsung baik dengan pihak eksternal dan pihak internal. **ANALISIS** data yang digunakan adalah teknik reduksi yaitu dengan mencatat hasil penting dari penelitian. **HASIL YANG DICAPAI** adalah ada beberapa poin utama dalam strategi yang dikemukakan oleh media sosial Pegipegi.com yang menjadi andalan bagi penyampaian informasi melalui media sosialnya. **SIMPULAN** pada penelitian ini adalah terdapatnya 6 poin utama dalam melakukan branding melalui sosial media seperti yang dikemukakan oleh Faux, hal ini sangat berpengaruh terhadap tanggapan audiens.(GGK)

Kata Kunci: Brand Awareness, Strategi, Sosial Media, Public Relations